



Con il patrocinio di



In collaborazione con



Sponsor



Con il sostegno di:



Media Partner



Presentazione dell'evento

Tutti (forze politiche, intellettuali, mondo economico, ecc.) sono d'accordo sul fatto che **la cultura (patrimonio materiale e immateriale, attività, eventi, ecc.) sia uno dei motori più importanti dello sviluppo economico e sociale del nostro paese**. Si ha anche la consapevolezza che la cultura è una risorsa non solo per via di grandi patrimoni di valore internazionale, ma anche grazie ad una capillare presenza di istituzioni, organizzazioni ed eventi sul territorio.

Il fundraising e quindi l'accesso a fondi privati, assume un ruolo essenziale nel sistema di sostenibilità, posto che la cultura non si può sostenere solo con i fondi pubblici (economia pubblica) e men che meno può essere sostenuta solo con il libero mercato (gran parte della cultura sarebbe tagliata fuori). **Grazie anche e soprattutto allo strumento dell'Art Bonus si è dato il via anche nel nostro Paese ad una stagione di crescita del fundraising culturale** che sta producendo impatti significativi non solo da un punto di vista economico ma anche da quello della diffusione di una cultura del mecenatismo e della partecipazione attiva della comunità al sostegno del nostro patrimonio culturale.

Se tutto ciò è vero, **è necessario creare un sistema adeguato di sostenibilità economica della cultura che sia oggetto di politiche di fundraising promosse e realizzate non solo dagli enti pubblici ma anche dai principali attori privati (aziende, fondazioni, agenzie di servizio, fundraiser, ecc.)** che faccia crescere rapidamente in qualità e quantità le donazioni, valorizzando ulteriormente lo strumento dell'Art Bonus, ma anche di altre forme quali le sponsorizzazioni, le partnership, le microdonazioni della comunità, gli investimenti sociali.

La **Scuola** – forte del suo decennale patrimonio di esperienze sul campo condotte anche in collaborazione con Ales spa, CEPELL-MiBAC, ANCI e alcune Fondazioni – **intende assumersi la responsabilità di creare un luogo in cui istituzioni preposte, stakeholders e il mondo del fundraising, si impegnino per ideare, progettare, realizzare, valutare e sviluppare politiche pubbliche e sociali sul fundraising per la cultura** affinché essa sia economicamente sostenibile e dispieghi il suo valore sociale economico, personale, relazionale e politico per la comunità.

Segreteria Evento:

06 6570057 – b.bagli@scuolafundraising.it - www.scuolafundraising.it

L'esito auspicato dell'evento **vuole essere un accordo tra gli stakeholder** (sotto forma di documento) di perseguire alcuni obiettivi comuni **impegnandosi alla loro attuazione ciascuno nel proprio ambito e creando una collaborazione strategica più stretta.**

L'evento si propone nel tempo, come un **"osservatorio", un luogo** che annualmente **renda conto dell'avanzamento** delle politiche di fundraising, **valuti i suoi impatti e fornisca utili indicazioni e strumenti** per lo sviluppo quali-quantitativo della raccolta di fondi con **un particolare riferimento al processo di costruzione del Sistema Museale Nazionale**, che in questo quadro rappresenta una grande opportunità per lo sviluppo del fundraising.

PROGRAMMA

Ore 9,30 – 10,00 registrazione dei partecipanti

Ore 10,00-10,30

Saluti iniziali

- Daniela Porro, direttore del Museo Nazionale Romano

Introduzione alla giornata

- Massimo Coen Cagli, direttore scientifico della Scuola di Fundraising di Roma

Ore 10,30-11,20

PRIMA SESSIONE

Si fa già fundraising per la cultura: fattori di ostacolo e di facilitazione nell'esperienza delle istituzioni culturali e dei fundraiser

Quali fattori di ostacolo o viceversa di facilitazione incontrano le istituzioni culturali che fanno fundraising? E come i privati possono sostenere, di più e meglio, la cultura? Questa sessione presenta casi di successo/insuccesso tratti dalla esperienza condotta dalla Scuola insieme ad Ales, ANCI e al Cepell o altri casi analoghi curati da altre agenzie di fundraising. Le principali tematiche rilevate fino ad oggi sono: difficoltà amministrative a ricevere donazioni, mancanza di personale, mancanza di personale formato o titolato professionalmente/blocco assunzioni e collaborazioni, scarsa integrazione con la progettazione culturale, scarso rapporto strategico con il mondo dei finanziatori, poca apertura alla comunità locale, difficoltà ad aprirsi alla innovazione tecnologica, la scarsa presenza sui mercati internazionali, la mancanza di ricerca di mercato e di marketing sui finanziamenti privati, scarsa collaborazione e sinergia tra istituzioni e società concessionarie di servizi di biglietteria, bookshop, ecc... I casi rappresentano la **base empirica** a partire dalla quale, nel corso delle successive due sessioni, individuare linee di politica generale del fundraising per la cultura.

Interventi:

- Andrea Caracciolo di Feroletto, responsabile area consulenza della Scuola di Fundraising di Roma
- Niccolò Contrino, socio fondatore di Patrimonio Cultura
- Marianna Martinoni, consulente di fundraising e fondatrice di Terzofilo

Conclusioni:

- Massimo Coen Cagli

Ore 11,30-13,30

SECONDA SESSIONE

Verso una politica nazionale del fundraising per la Cultura

A partire dalla crescente domanda di risorse private per la sostenibilità delle istituzioni e delle attività culturali e tenendo conto di quanto emerge in positivo e in negativo dalle esperienze condotte in questi anni, in questa sessione si vogliono identificare e definire le linee di *policy* che istituzioni pubbliche e private debbano adottare per far crescere in qualità e quantità il fundraising. Appare necessario, quindi, che vi sia una visione comune di come bisogna agire circa il rafforzamento delle capacità del personale delle istituzioni culturali, la promozione di una cultura moderna della donazione, la eliminazione di ostacoli burocratici, amministrativi e gestionali, la definizione di processi di progettazione partecipata con gli investitori e i finanziatori della cultura e molto altro ancora. Si terrà conto dei diversi punti di vista sia sul versante della richiesta di fondi, sia su quello di chi investe in cultura tramite la filantropia, la sponsorizzazione e il mecenatismo diffuso affinché tali linee possano rappresentare la base comune per sviluppare, sia in modo integrato, sia al livello dei singoli stakeholder, programmi e azioni che siano in grado di rafforzare il fundraising.

Presiede:

- Carolina Botti, direttore Ales S.p.A. - Divisione Rapporti Pubblico-Privati e Progetti di finanziamento

Interventi:

- Flavia Cristiano, direttore di CEPPELL - MiBAC
- Maddalena Rusconi, Responsabile dell'Area Fundraising di Compagnia di San Paolo Sistema Torino
- Valeria Vitali, fondatrice di Rete del Dono
- Chiara Giobbe, Ufficio Fundraising del Museo Nazionale Romano, Responsabile Art Bonus
- Priscilla Alessandrini, Coordinatore Ufficio Marketing della Fondazione Teatro Regio di Torino
- Marialinda Brizzolara, Responsabile Immagine e Nuovi media – Gruppo Iren
- Maria Chiara Baretta - Area Arte e Cultura Fondazione Cariplo
- Leonardo Paulillo, DeskCultura – Confindustria Puglia
- Antonella Pinna, Coordinamento tecnico della Commissione Beni ed Attività culturali della Conferenza delle Regioni
- Ledo Prato, Segretario generale Associazione Mecenati 90

Conclusioni:

- Carolina Botti: Le linee di Policy per lo sviluppo del fundraising

Ore 13,30-14,30 Pausa, buffet offerto dalla organizzazione

Ore 14,30-16,15

TERZA SESSIONE

Il Sistema Museale Nazionale, una occasione per lo sviluppo del fundraising per la cultura

Il Ministero ha varato il Sistema Museale Nazionale (<http://musei.beniculturali.it/notizie/notifiche/sistema-museale-nazionale-pubblicato-il-decreto>) che rappresenta una grande occasione per tenere conto, nelle politiche nazionali di valorizzazione di tale patrimonio, anche della necessità di potenziarne il fundraising. Le migliaia di istituzioni museali italiane che non lo hanno già fatto, dovranno adeguarsi a standard qualitativi e manageriali e assumere un ruolo di volano per lo sviluppo della offerta culturale sul territorio. Tra questi standard vi è proprio la capacità di attrarre risorse in modo professionale ed efficace e di costruire un rapporto più stretto con il territorio e la comunità. Una sessione quindi tesa a fornire

indicazioni concrete che il Ministero possa assumere per dare al fundraising uno sviluppo all'altezza delle sfide del nostro patrimonio culturale, posto che il Sistema Museale Nazionale può rappresentare un concreto e significativo volano per lo sviluppo di tutto il fundraising culturale. Inoltre è in atto un processo di riorganizzazione del Ministero che prevede – ad oggi – la istituzione di una DG Economia della Cultura che avrebbe tra i suoi compiti anche quella di presidiare gli aspetti economici e formali della raccolta fondi.

Modera:

- Vincenzo Santoro, responsabile Dipartimento cultura e turismo di ANCI

Intervento introduttivo:

- Patrizia Zotti, Direzione generale Musei – MiBAC

Interventi:

- Ines Arletti e Andrea Schiappelli, Ufficio Fundraising Parco Archeologico del Colosseo
- Marcello Minuti, Coordinatore generale della Fondazione Scuola dei beni e delle attività culturali - MiBAC
- *Francesco Sirano, direttore del Parco Archeologico di Ercolano**
- Luigi Somenzari, Capo dipartimento educazione e ricerca scientifica della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino
- Nicola Bedogni, Presidente nazionale di ASSIF - Associazione Italiana Fundraiser
- Ugo Bacchella, presidente della Fondazione Fitzcarraldo
- Valeria Romanelli, responsabile Attività di fundraising di AIES- Associazione Italiana Esperti Scientifici Beni Culturali
- Claudio Bocci, direttore di Federculture

Conclusioni

- Vincenzo Santoro, responsabile Dipartimento cultura e turismo di ANCI

Ore 16,15-16,30

Conclusioni generali:

- Massimo Coen Cagli: Una agenda del Paese per lo sviluppo del fundraising per la Cultura

E' necessario fissare obiettivi chiave e linee programmatiche di un piano di sviluppo che rappresenti la base per un lavoro "multistakeholder" atto a potenziare il fundraising per la cultura del nostro Paese che ogni interlocutore (pubblico e privato) può assumere nelle sue politiche di intervento. Una politica per il fundraising per la cultura che sia oggetto di investimenti, studio e ricerca e valutazione anche attraverso un "Osservatorio" che sia in grado di implementare questo processo nel tempo.

** in attesa di conferma*